

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Архитектуры и дизайна

Кафедра «Дизайн»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Т. К. Симанженкова

подпись

инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

540301 специальность: Графический дизайн

Тема: Фирменный стиль «Рекламно – развлекательный кинокомплекс «ЛУЧ»

Пояснительная записка

Руководитель \_\_\_\_\_ Н. М. Зимина  
подпись, дата инициалы, фамилия

Руководитель \_\_\_\_\_ Е. В. Разумова  
подпись, дата инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_ Е. В. Наконечная  
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2016

Пена примен		СОДЕРЖАНИЕ				
Справ №	1.ВВЕДЕНИЕ.....		3			
	1.1 Актуальность выбранной темы.....		3			
	1.2 Объект и предмет исследования.....		3			
	1.3 Формирование проблемы .....		3			
	1.4 Цель дипломной работы .....		4			
	1.5 Конкретные задачи для достижения цели .....		4			
	1.6 Практическая значимость работы.....		5			
	1.7 Область применения.....		5			
	2.Аналитический обзор.....		5			
	2.1 Целевая аудитория.....		5			
	2.2 Изучение прототипов.....		5			
	3.Разработка проекта.....		7			
	3.1 Предпроектный анализ.....		7			
	4.Экономическая часть.....		9			
	5.Заключение.....		10			
	5.1 Как были выполнены поставленные задачи .....		10			
	5.2 Как были достигнуты цели .....		10			
Подпись и дата	ПРИЛОЖЕНИЕ А.....		12			
	ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....		13			
Имя № дубл						
Взам имя №						
Подпись и дата						
Имя № подп						
					Лист	
ДП- 072500.62-421206927 ПЗ					2	
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Плен. примеч.	<h1>1. ВВЕДЕНИЕ</h1>														
	<h2>1.1 Актуальность выбранной темы</h2> <p>Актуальность данной темы заключается в том, что создание фирменного стиля – неотъемлемый атрибут любой успешной современной компании. Разработка фирменного стиля во всех его проявлениях в сочетании с высоким качеством производимой продукции создаёт великолепный имидж фирмы, продвигая её на рынке, и таким образом, способствуя постоянному повышению интереса к выпускаемым ею продуктам, именно через фирменную символику происходит важный процесс продвижения компании, бренда. В настоящее время в Красноярске всё чаще открываются новые кинотеатры и развлекательные центры. Поэтому у некогда самого популярного кинокомплекса города появляется множество конкурентов, необходимо удержать потребителя и тема нового узнаваемого фирменного стиля становится актуальной.</p>														
Служ. №	<h2>1.2 Объект и предмет исследования</h2> <p>"Луч" в Красноярске, не смотря на свой современный вид, имеет богатую историю. Его строительство началось в 1896 году, когда в городе только появился кинематограф. Кинокомплекс, располагается на пяти уровнях и является развлекательным центром с обширной инфраструктурой, включающей в себя ресторан, кафе быстрого питания, попкорн-бары, бильярдный клуб, игровую зону с последними новинками индустрии игровых симуляторов.</p> <p>В комплексе расположены 4 кинозала с общим количеством мест – 1051. Кинозалы: Большой — 687 мест, Средний — 234 мест, Малый — 65 мест, Ваниль — 65 мест. «Луч» занимает площадь 6500 м2. При полном запуске комплекс готов принять свыше 2500 посетителей одновременно. Кинокомплекс имеет удобное расположение в центре города с автобусной остановкой на крыльце.</p>														
	<h2>1.3 Формирование проблемы</h2>														
Имя. № подлп	<table border="1"> <tr> <td>Изм.</td> <td>Лист</td> <td>№ докум.</td> <td>Подпись</td> <td>Дата</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						<div>ДП- 072500.62-421206927 ПЗ</div> <div>3</div>
	Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата										
<div>Лист</div>															

Пена примен		<p>На данный момент кинокомплекс уже имеет фирменный стиль. Качество исполнения не соответствует уровню самого комплекса. Логотип сложно читаемый. В качестве знака используется изображение солнца с лучами, но особого смысла в нем нет. Знак не несет никакой индивидуальной характеристики и не отражает развлекательный характер комплекса. Знак и логотип объединены в единую композицию, которая не выглядит гармоничной. Т.к. кинокомплекс расположен в центре города и позиционирует себя как «самое излюбленное место отдыха красноярцев», то он должен соответствовать этому статусу и привлекать потребителей более интересным дизайном на фоне своих конкурентов. На данный момент фирменный стиль не соответствует громким заявлениям и техническим возможностям кинокомплекса, выглядит устаревшим.</p>					
	Служб. №						
		<p><b>1.4 Цель дипломной работы</b></p> <p>В связи со складывающейся ситуацией формируется ряд проектных проблем:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработать концепцию фирменного стиля для развлекательного кинокомплекса «Луч», соответствующий его уровню.</li> <li>2. Разработать рекламную коммуникацию для продвижения кинокомплекса и привлечения к нему внимания жителей города.</li> <li>3. Показать высокий уровень развития развлекательной инфраструктуры в городе, как его жителям, так и гостям, а также продемонстрировать достойные показатели на Российском и международном уровне.</li> </ol>					
Подпись и дата		<p><b>1.5 Конкретные задачи для достижения цели</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработать концепцию фирменной стилистики, создающий образ современного комплекса с развитой развлекательной инфраструктурой.</li> <li>• Необходимо разработать фирменный стиль для кинокомплекса «Луч»</li> <li>• Необходимо разработать фирменную документацию</li> <li>• Необходимо разработать рекламную коммуникацию, состоящую из: слоганов, серии баннеров, сити форматов, видео ролика.</li> </ul>					
Имя, № д/бп							
Взам. имя, №		<p>ДП- 072500.62-421206927 ПЗ</p>					
Подпись и дата							
Имя, № подлп		Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	Лист
							4

Плен. примеч.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Необходимо разработать сувенирную продукцию с последующем размещением на: брелоках, флешках, значках, ручках, блокнотах, пакетах, бейсболках, футболках.</li> <li>• Необходимо разработать сайт.</li> </ul>						
Служ. №		<p><b>1.6 Практическая значимость работы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обогащение культурной жизни горожан, через создание нового образа развлекательного комплекса.</li> <li>• Привлечение новых клиентов, удержание старых.</li> <li>• Показать перспективу развития сферы туризма, обслуживания и развлечения не только на уровне города, но и на региональном.</li> </ul>						
		<p><b>1.7 Область применения</b></p> <p>Фирменный стиль предназначен для размещения в кинокомплексе «ЛУЧ», на фирменной документации, рекламных носителях и рекламной продукции.</p>						
Подпись и дата		<p><b>2. Аналитический образ</b></p>						
Имя, № д/бп		<p><b>2.1 Целевая аудитория</b></p> <p>Целевая аудитория кинотеатров - это молодежь и энергичные взрослые (18-44 лет). Возраст 16-24 (34%), 25-34 (28%), 35-44 (17%), 45+ (22%). Дошкольники и школьники младших и средних классов тоже относятся к целевой аудитории, но, как правило, они посещают кинотеатры реже и обязательно со взрослыми.</p>						
Взам. имя, №								
Подпись и дата		<p><b>2.2 Изучение прототипов</b></p> <p>Для изучения решения проблемы обратимся к аналогичным компаниям города и России.</p>						
Имя, № подп.								
		Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	ДП- 072500.62-421206927 ПЗ	Лист
								5

В Красноярске: «Синема Парк», «Космик»



Рис. 1 – логотип сети кинотеатров «Синема Парк»



Рис. 2 – логотип развлекательных центров «Космик»

В России: «Европолис», «Радуга» (г. Санкт-Петербург)



Рис. 3 – логотип ТРК «Европолис»



Рис. 4 – логотип развлекательного центра «Радуга»

Данные комплексы отбирались по следующим критериям:

- Должны включать в себя несколько отраслей инфраструктуры.
- Возможность посещения и взрослыми, и детьми.
- Обязательно должен присутствовать кинотеатр.

Все выбранные организации соответствуют требованиям для проведения досуга как детей, так и взрослых.

#### Логотип

Большинство вариантов используют наборный шрифт при создании логотипа.

					Лист	
					ДП- 072500.62-421206927 ПЗ	
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	6	

Плен. примен	<p>Создание логотипа предполагает поиск индивидуального образа, рассказывающего только о данном кинокомплексе, выделяя его среди аналогичных ему.</p> <p><u>Цвет</u></p> <p>Поскольку были выбраны развлекательные комплексы, то цветовая палитра составлялась в соответствии с наиболее часто встречающимися цветами в подобных заведениях.</p>													
Служ. №	<p><b>3. Разработка проекта</b></p> <p><b>3.1 Предпроектный анализ</b></p> <p>Логотип.</p> <p>Концепция основывается на образе светящихся блоков, из которых состоят буквы. Логотип состоит из блоков с разноцветными гранями. Используются яркие, контрастные цвета, четкие контуры и острые углы. Все стилеобразующие элементы предпочтительно располагать на черном фоне, так как этот цвет заставляет буквы «светиться» и олицетворяет темные помещения развлекательных комплексов с подсветкой.</p>													
Подпись и дата	<p>Фирменные цвета.</p> <p>При выборе фирменных цветов необходимо было учесть следующие условия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цвета должны быть яркими, жизнерадостными</li> <li>- цвета должны привлекать внимание, как вместе, так и по отдельности</li> <li>- цвета должны хорошо сочетаться</li> </ul> <p>Учитывая все выше перечисленные условия, были выбраны цвета: Розовый СМΥΚ 0/100/0/0, Синий СМΥΚ 82/72/0/0, Желтый СМΥΚ 8/0/97/0.</p> <p>Цвета используются в фирменном стиле равнозначно, но когда они используются для зонирования, в каждой зоне преобладает тот или иной цвет.</p>													
Имя № д/бп	<p>Желтый – зона кафе и попкорна</p> <p>Синий – зона кинозалов</p> <p>Розовый – игровая зона</p> <p>Цвета располагаются на черном фоне.</p>													
Взам. имя №														
Подпись и дата														
Имя № подп														
<table border="1"> <tr> <td>Изм.</td> <td>Лист</td> <td>№ докум.</td> <td>Подпись</td> <td>Дата</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата										
<div>ДП- 072500.62-421206927 ПЗ</div>														
<table border="1"> <tr> <td colspan="4">Лист</td> </tr> <tr> <td colspan="4">7</td> </tr> </table>					Лист				7					
Лист														
7														

Плен. примеч.	<p><b>Деловая документация</b></p> <p>В состав деловой документации входит: бланк, именная визитка, конверт, папка для документов, диск для записи деловой информации, кинобилеты. В создании графического образа деловой документации используется: фирменные блоки и дополнительные графические элементы.</p>						
	Сл. №	<p><b>Внутренняя навигация</b></p> <p>Для удобства передвижения по кинокомплексу разработано деление на зоны. В каждой зоне преобладает тот или иной цвет. Желтый – зона кафе и попкорна. Синий – зона кинозалов. Розовый – игровая зона.</p>					
		<p><b>Видео ролик</b></p> <p>Основная задача видеоролика – информирование людей о предстоящих кинопремьерах. В ролике показаны отрывки трейлеров к фильмам, в сочетании с фирменной графикой. Когда человек смотрит ролик, у него не возникает сомнений, какому кинотеатру ролик принадлежит. Так же данный ролик служит шаблоном для последующей видео рекламы: стоит только заменить в нем видео и подписи к ним, и новая реклама готова. Данный ролик предназначен для показа в кинозалах, в холлах кинокомплекса, на телевидении. Продолжительность ролика 46 секунд.</p>					
	Подпись и дата	Имя, № д/бп	Взам. имя, №	Подпись и дата	Имя, № подп.	<p><b>Сайт</b></p> <p>Очень важно уделить внимание внешнему виду интерфейса официального сайта развлекательного кинокомплекса «Луч». Он выполнен в фирменной стилистике. Фоновый цвет черный. Тесты и кнопки ярких фирменных цветов с подсветкой. Сайт содержит, главным образом, расписание кинофильмов. Так же на сайте можно забронировать билеты, ознакомиться с последними новостями кинокомплекса, узнать расписания турниров по бильярду, посмотреть меню ресторана и кафе. Функционально сайт достаточно простой, все кнопки и тексты</p>	
Имя, № подп.							
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	<p>ДП- 072500.62-421206927 ПЗ</p>		<p>Лист</p> <p>8</p>



Пеня примен	<p>крупные и заметные. Кроме того, разработана мобильная версия сайта, которая выполняет все те же функции.</p> <p><b>Рекламная акция</b></p> <p>Основная задача при разработке фирменного стиля для развлекательного кинокомплекса «Луч» — это привлечение внимания потребителей. Новый взгляд на любимый многими красноярцами кинокомплекс. Задача фирменной стилистики и акции убедить потребителя в том, что в «Луче» ему не будет скучно, это место, где можно отлично провести время, развлечься. Слоганы рекламной акции звучат так: «Утоли киноголод!», «Утоли жажду развлечений!», «Сразись со скукой!». Слоганы побуждают человека к развлечениям, призывают веселиться, смотреть кино, играть.</p>																												
	Служба №																												
<p><b>4. Экономическая часть</b></p> <p>Экономическая часть выпускной квалификационной работы представлена в таблице 1.</p> <p>Таблица 1 – Экономическая часть</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Логотип</td> <td>20 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Дополнительные постоянные графические элементы фирменного стиля (фирменный блок, фирменный шрифт, фирменный цвет)</td> <td>6 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Разработка визуальной коммуникации</td> <td>25 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Разработка фирменных упаковок для сувенирной продукции</td> <td>15 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Разработка деловой документации</td> <td>20 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Дизайн рекламного баннера 6х3м (3 шт)</td> <td>25 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Дизайн рекламного щита сити формат (4 шт)</td> <td>30 000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Рекламный видеоролик</td> <td>46 000</td> </tr> </table>							Логотип	20 000		Дополнительные постоянные графические элементы фирменного стиля (фирменный блок, фирменный шрифт, фирменный цвет)	6 000		Разработка визуальной коммуникации	25 000		Разработка фирменных упаковок для сувенирной продукции	15 000		Разработка деловой документации	20 000		Дизайн рекламного баннера 6х3м (3 шт)	25 000		Дизайн рекламного щита сити формат (4 шт)	30 000		Рекламный видеоролик	46 000
	Логотип	20 000																											
	Дополнительные постоянные графические элементы фирменного стиля (фирменный блок, фирменный шрифт, фирменный цвет)	6 000																											
	Разработка визуальной коммуникации	25 000																											
	Разработка фирменных упаковок для сувенирной продукции	15 000																											
	Разработка деловой документации	20 000																											
	Дизайн рекламного баннера 6х3м (3 шт)	25 000																											
	Дизайн рекламного щита сити формат (4 шт)	30 000																											
	Рекламный видеоролик	46 000																											
Подпись и дата	Имя, № д/бп	Взам. и имя №	Подпись и дата	Имя, № подп	<div> <div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> </div> <div> ДП- 072500.62-421206927 ПЗ </div> </div>																								
					<div> <div>Изм.</div> <div>Лист</div> <div>№ докум.</div> <div>Подпись</div> <div>Дата</div> </div> <div> <div>Лист</div> <div>9</div> </div>																								

Пеня примен			Дизайн сайта		35 000
			Итог		222 000

  

5. Заключение

5.1 Как были выполнены поставленные задачи

Выполненные задачи соответствуют намеченному плану.

1. Разработан фирменный стиль для развлекательного кинокомплекса «ЛУЧ».
2. Разработана фирменная документация.
3. Разработана рекламная коммуникация, состоящая из: слогана, серии плакатов, сити форматов, видео ролика.
4. Разработана полиграфическая продукция, которая включает в себя: билет, упаковку для попкорна, диск.
5. Разработан дизайн сувенирной продукции: брелоки, значки, ручки, блокноты.
6. Разработан сайт и мобильное приложение.

5.2 Что было выполнено, как реализован проект

В состав проекта входит:

- Фирменный стиль
- Деловая документация
- Сувенирная продукция
- Полиграфическая продукция
- Коммуникативная реклама
- Интернет ресурс

В деловой документации основное внимание уделяется таким сегментам фирменного стиля как: логотип, подпорная надпись.

В полиграфической продукции основное внимание уделяется конструкции и

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	ДП- 072500.62-421206927 ПЗ	Лист
						10

Плен. примеч.						
Служ. №						
Подпись и дата						
Имя, № д/бп						
Взам. имя, №						
Подпись и дата						
Имя, № подп.						
					ДП- 072500.62-421206927 ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		11

дополнительным сегментам фирменного стиля, таким как яркие полосы.

В сувенирной продукции основное внимание уделяется носителю и его форме, а так же фирменным цветам. Дополнительно водятся цветные полосы для узнаваемости единой стилистики всего концепта.

В коммуникативной рекламе главным сегментом являются иллюстрация, фактура и слоган. Помимо информативного содержания он несет эмоциональный посыл. Главная задача которого пробудить желание потребителя посетить кинокомплекс.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Форма заявления выпускника о размещении выпускной квалификационной работы на сайте СФУ

#### Заявление о согласии выпускника на размещение выпускных квалификационных работ в электронном архиве ФГАОУ ВО СФУ

1 Я, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*фамилия, имя, отчество полностью*

студент (ка) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*институт/ группа*

Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский федеральный университет» (далее – ФГАОУ ВО СФУ), разрешаю ФГАОУ ВО СФУ безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в полном объеме написанную мною в рамках выполнения образовательной программы

\_\_\_\_\_ *указать выпускную квалификационную работу бакалавра, дипломную работу специалиста, дипломный проект специалиста, магистерскую диссертацию*  
на тему: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*название работы*

в открытом доступе на веб-сайте СФУ, таким образом, чтобы любой пользователь данного портала мог получить доступ к выпускной квалификационной работе (далее – ВКР) из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на выпускную работу.

2 Я подтверждаю, что выпускная работа написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ *подпись*

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

ДП- 072500.62-421206927 ПЗ

Лист

12

Печень приложен

Служба №

Подпись и дата

Имя № д/вбп

Взам и/или №

Подпись и дата

Имя № подлп

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Форма информационной карты заявки на размещение выпускной квалификационной работы на сайте университета

Наименование поля данных	Информация
1 Автор (фамилия, имя, отчество студента)	
2 Руководитель (фамилия, имя, отчество), должность, ученая степень, ученое звание	
3 Код Государственного рубрикатора научно-технической информации (ГРНТИ)	
4 Заглавие (тема/название работы)	
5 Тип документа: выпускная квалификационная работа бакалавра, дипломная работа специалиста, дипломный проект специалиста, магистерская диссертация	
6 Код и наименование направления (специальности) /профиля/ программы	
7 Институт, кафедра	
8 Год издания/защиты (текущий)	
9 Место издания	Красноярск
10 Издатель	Сибирский федеральный университет
11 Поле для загрузки файла с текстом работы	
12 E-mail руководителя ВКР	
13 Пароль	
14 Заявление о соблюдении авторских прав	<i>Я подтверждаю, что выпускная работа написана в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц</i>
15 Наличие соавторов (да/нет)	
16 Наличие конфиденциальной информации в тексте выпускной квалификационной работы	<i>а) Я подтверждаю, что текст ВКР не содержит сведений, составляющих государственную тайну, а также производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах</i>

ДП- 072500.62-421206927 ПЗ

Лист

13

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

## Окончание приложения Б

Наименование поля данных	Информация
	осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя (публикуется)
	б) Из текста ВКР изъяты производственные, технические, экономические, организационные и другие сведения, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя (публикуется с учетом изъятия)
	в) Текст ВКР содержит сведения, содержащие государственную тайну (не публикуется)

Примечания:

- 1) Все поля информационной карты обязательны для заполнения.
- 2) Пункты 3, 5-7 выбираются из словаря.